

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU NIKE YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN

Andreas Bakti Dacosta
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk sepatu Nike, 2) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk sepatu Nike, 3) pengaruh harga terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan konsumen pada produk sepatu Nike, 4) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan konsumen pada produk sepatu Nike. Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, data diperoleh melalui kuesioner dalam bentuk *goggle form* yang disebarakan kepada 390 responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* yaitu SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) harga berpengaruh terhadap minat beli ulang produk sepatu Nike, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang produk sepatu Nike, 3) kepuasan konsumen memediasi sebagian pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada produk sepatu Nike, 4) kepuasan konsumen memediasi sebagian pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada produk sepatu Nike.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTEREST OF NIKE SHOE PRODUCTS MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION

Andreas Bakti Dacosta

Management Study Program, Economics Faculty

Sanata Dharma *University*

Yogyakarta

2025

This study aims to determine: 1) the influence of price on the repurchase intention of Nike shoes, 2) the influence of product quality on the repurchase intention of Nike shoes, 3) the influence of price on repurchase intention mediated by consumer satisfaction with Nike shoes, 4) the influence of product quality on repurchase intention mediated by consumer satisfaction with Nike shoes. The sampling technique used non-probability sampling with a purposive sampling method. Data were obtained through a questionnaire in the form of a Google form that was distributed to 390 respondents who met the criteria. Data analysis techniques used Partial Least Square, namely SmartPLS 3. The results of this study show that 1) price affects the repurchase intention of Nike shoes, 2) product quality affects the repurchase intention of Nike shoes, 3) consumer satisfaction mediates part of the effect of price on repurchase intentions for Nike shoes, 4) consumer satisfaction mediates part of the effect of product quality on repurchase intentions for Nike shoes.

Keywords: Price, Product Quality, Repurchase Intention, Customer Satisfaction.